

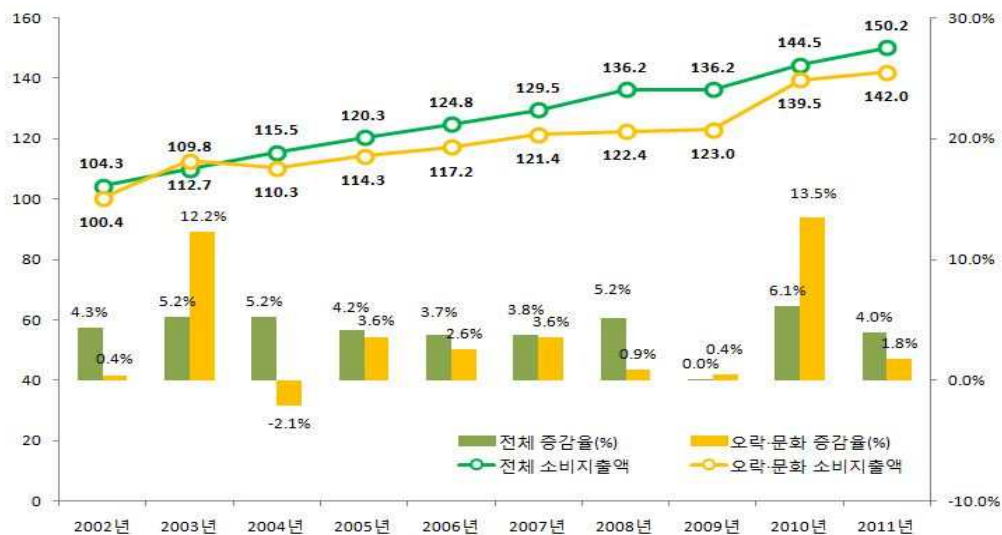
■ 오락·문화 & 콘텐츠의 소비지출 변화 추이 분석 ■

김은정(KOCCA 통계정보팀 선임연구원)

지난 10년 간('02~'11년) 가구의 가처분소득은 157.0(57.0% ↑, 연평균 증가율 4.6%)로 증가하였으며, 가계 소비지출액 역시 150.2(50.2% ↑, 연평균 증가율 4.2%)로 상승하였다(기준년도: 2001년=100). 지난 10년 간 소비지출액은 연평균 4.2% 증가하였고, 보건(6.2%), 교육(5.2%), 기타상품·서비스(5.4%)의 증가율이 전체 증가율을 상회하는 것으로 나타났다. 소비지출액 중 콘텐츠 소비와 관련된 오락·문화 소비지출액은 지난 10년 동안 142.0(42.0% ↑, 연평균 증가율 3.6%)을 기록하며 전체 소비지출액 연평균 4.2%를 하회하는 것으로 나타나고 있다. 그러나 최근 2년간('10~'11년) 소비지출액 연평균 증가율이 5.0%인데 반해 오락·문화는 7.5%로 전체 증가율을 상회하는 것으로 나타나고 있다.

<표 1> 전체 및 오락문화 소비지출액의 증감률 연도별 변화 추이('02년 ~ '11년)

(기준년도: 2001년=100)



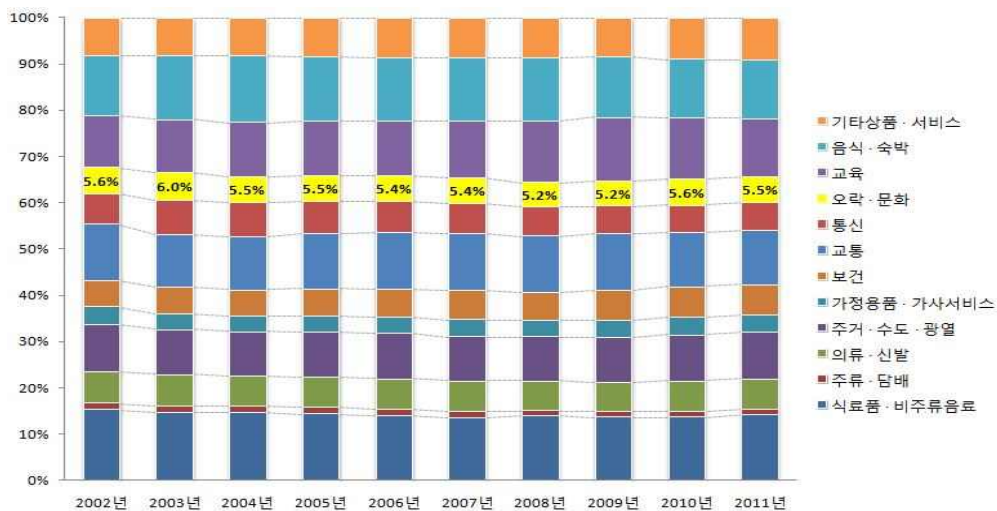
구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	연평균 성장률 (%)	
전체	소비지출액	104.3	109.8	115.5	120.3	124.8	129.5	136.2	136.2	144.5	150.2	4.2%
	증감률(%)	4.3%	5.2%	5.2%	4.2%	3.7%	3.8%	5.2%	0.0%	6.1%	4.0%	4.2%
오락 문화	소비지출액	100.4	112.7	110.3	114.3	117.2	121.4	122.4	123.0	139.5	142.0	3.6%
	증감률(%)	0.4%	12.2%	△2.1%	3.6%	2.6%	3.6%	0.9%	0.4%	13.5%	1.8%	3.6%

출처: 통계청(2012). 「가계동향조사」 재구성

구체적으로 소비지출액 증가요인을 살펴보면, 지난 10년 간 전체 소비지출액 연평균 증가율 4.2%는 3.2%가 물가요인, 1.0%가 물량요인인 반면, 오락·문화 소비지출액 연평균 증가율 3.6%는 0.3%가 물가요인(2001년 대비 2011년 총 소비자물가 3.1% 상승), 3.3%가 물량요인으로 나타나고 있다. 특히, 최근 2년 간의 경우 전체 소비지출액 증가율 5.0%는 물가요인 3.5%, 물량요인 1.5%로 구성되나, 오락·문화 소비지출액 증가율 7.5%는 물가요인 1.2%, 물량요인 6.2%로 구성되고 있어 오락·문화 소비지출액의 증가요인은 안정된 물가수준 하에서 지속적으로 소비 물량 즉, 실질적인 소비량 및 이용량의 증가에 따라 소비지출액이 늘어난 것으로 나타나고 있다.

<표 2> 가계소비 부문별 소비지출액 및 구성비 변화 추이('02년 ~ '11년)

(단위: 원, %)



구분	2002년	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년
식품·주류·음료	256,170	259,256	273,680	276,859	279,767	282,415	304,593	301,403	319,704	341,077
주류·담배	23,032	22,837	25,719	28,064	29,184	28,360	27,723	26,125	27,370	27,855
의류·신발	112,501	117,995	116,966	123,281	127,869	133,150	136,582	134,019	148,221	158,815
주거·수도·광열	171,899	172,726	178,201	188,302	197,033	200,300	211,223	214,309	232,136	243,524
가정용품·가사서비스	63,054	59,943	63,146	68,348	70,353	77,737	75,182	77,843	88,324	89,595
보건	95,114	99,803	103,944	112,103	120,805	128,837	132,006	142,951	152,606	157,567
교통	202,077	202,936	213,940	228,936	245,662	253,146	266,015	265,561	268,660	283,683
통신	111,576	128,698	134,523	134,721	134,666	136,809	136,153	132,293	138,598	143,014
오락·문화	93,223 (5.6%)	104,633 (6.0%)	102,420 (5.5%)	106,103 (5.5%)	108,818 (5.4%)	112,703 (5.4%)	113,687 (5.2%)	114,196 (5.2%)	129,564 (5.6%)	131,847 (5.5%)
교육	188,343	201,017	217,421	227,126	237,142	255,605	289,407	300,706	306,868	303,712
음식·숙박	215,730	244,466	265,117	268,029	270,850	281,909	299,188	284,883	296,107	306,159
기타상품·서비스	136,965	142,746	153,631	163,729	175,299	181,617	187,854	185,587	204,384	217,408
전체 소비지출	1,669,684	1,757,054	1,848,708	1,925,602	1,997,449	2,072,589	2,179,613	2,179,875	2,312,540	2,404,259

주) 괄호() 안은 전체 소비지출액 중 오락·문화 소비지출액이 차지하는 비중을 나타냄
출처: 통계청(2012), 「가계동향조사」 재구성

한편, 지난 10년 동안 전체 소비지출액 중 오락·문화 소비지출액이 차지하는 비중은 2003년 6.0%(전년대비 증가율 12.2%)로 정점을 찍은 이후 5%대를 꾸준히 이어오면서 2011년 5.5%를 기록하고 있다.

오락·문화 소비지출액 비중은 글로벌 금융위기가 발생한 2008년 0.2%p 하락한 후 2009년 5.2%를 유지하다가 2010년 대내외 경기가 회복세로 전환되면서 가계형편이 나아지고 주춤했던 오락·문화 부문 소비활동도 다시 활기를 띄며 전년대비 13.5%의 증가율을 보이며, 종전의 5%대 중반으로 상승하였다. 지난 10년 동안 전체 가계소비지출에서 콘텐츠 관련 영역인 오락·문화 소비지출이 5%대의 비중을 꾸준히 유지하고 있다는 것은 콘텐츠 상품의 특성(사치재 성격)으로 인한 경기변동 및 소득변동에 따른 콘텐츠 소비 변동성이 그다지 크지 않음을 보여주고 있는 것이라 할 수 있다.

2012년 통계청 자료 기준 가계소득은 상반기 동안 전년동기대비 6.5% 증가한 것으로 나타나고 있으며, 소비지출은 4.5% 증가하였다. 분기별로 보면, 1분기 가계소득 4,123천원, 2분기 3,942천원을 기록, 1분기에 400백만원 대를 돌파한 후 2분기에 4.4% 감소한 것으로 나타나고 있다. 소비지출 역시 같은 흐름을 보이고 있는 가운데, 오락·문화 소비지출은 상반기 동안 273천원으로 나타나며 전년동기대비 6.3% 증가한 것으로 나타나 소득 증가율과 비슷한 수준을 보이고 있다. 1분기에 전분기대비 14.5%라는 높은 증가율을 보인 오락·문화 소비지출은 2분기에 3.0% 하락하지만 가계소득이나 전체 소비지출 보다 높은 증가율과 낮은 감소율을 보이며 비중을 확대하고 있다.

<표 3> '11년 상반기 ~ '12년 상반기 가계소득 및 오락문화 소비지출액

(단위: 천원, %)

구분	2011년 상반기	2012년		
		1분기 (전분기 대비)	2분기 (전분기 대비)	상반기 (전년동기 대비)
가계소득	7571.1	4,123.5 (6.2%)	3,942.2 (△4.4%)	8,065.7 (6.5%)
가계지출	6180.6	3,358.5 (8.9%)	3,109.6 (△7.4%)	6,468.1 (4.7%)
전체 소비지출	4743.1	2,568.3 (7.9%)	2,386.1 (△7.1%)	4,954.4 (4.5%)
오락·문화 소비지출	257.1	138.8 (14.5%)	134.6 (△3.0%)	273.4 (6.3%)
오락·문화 핵심 콘텐츠 상품 및 서비스	오락문화 내구재	0.6 (128.4%)	0.6 (74.6%)	1.0 (66.7%)
	오락문화 내구재 유지 및 수리	0.2 (55.1%)	0.2 (83.2%)	0.3 (50.0%)
	장난감 및 취미용품	10.8 (△39.7%)	6.7 (51.1%)	11.1 (2.8%)
	운동 및 오락서비스	27.7 (2.7%)	15.8 (10.7%)	30.1 (8.7%)
	문화서비스	52.3 (3.4%)	29.9 (13.0%)	56.4 (7.8%)
	서적	43.9 (43.4%)	16.1 (△36.0%)	41.3 (△5.9%)
	기타인쇄물	4.9 (△1.4%)	2.2 (△8.6%)	4.6 (△6.1%)
	문구	8.7 (33.2%)	4.4 (△31.8%)	10.9 (25.3%)

출처: 통계청(2012). 「'11년 상반기 및 '12년 상반기 가계동향조사」 재구성

콘텐츠 관련 소비변동을 보기 위한 한국콘텐츠진흥원 분기별 소비자 콘텐츠 구매실태 조사에 따르면, 2분기 월평균 가구 소득은 3,653천원을 나타내며 1분기(3,583천원) 대비 1.95%(70,229원) 증가한 것으로 조사되고 있다.

11개 분야의 콘텐츠 월평균 구입비용은 1분기 242,484원, 2분기 226,517원을 기록하며, 1분기 대비 6.6% 하락한 것으로 나타나고 있다. 전체 소득대비 콘텐츠 구입비용 비중은 1분기 6.77%(242,484원), 2분기 약 0.57%p 감소한 6.2%(226,517원)로 나타나고 있다.

11개 콘텐츠 부문별 월평균 구입비용 증감율을 살펴보면, 애니메이션(33.7%↑), 영화(20.0%↑)의 월평균 구입비용은 대폭 상승한 반면, 캐릭터(22.4%↓), 전시/공연(13.1%↓)은 하락하였다.

<표 4> 2012년 상반기 11개 콘텐츠 분야별 월평균 구입비용 변화

(단위: 원, %)

구분	2012년 상반기		차액 (2분기-1분기)	증감율 (%)	
	1분기	2분기			
전체	242,484	226,517	-15,967	△6.6%	
11개 콘텐츠부문	캐릭터	83,571	64,869	-18,702	△22.4%
	영화	24,014	28,822	4,808	20.0%
	출판	25,900	22,497	-3,403	△13.1%
	게임	21,070	21,569	499	2.4%
	공연	23,053	21,359	-1,694	△7.3%
	전시/공연	20,805	17,868	-2,937	△14.1%
	e-learning	12,099	13,951	1,852	15.3%
	음악	11,209	12,980	1,771	15.8%
	애니메이션	6,939	9,277	2,338	33.7%
	만화	7,378	7,019	-359	△4.9%
방송	6,448	6,306	-142	△2.2%	

출처: 한국콘텐츠진흥원(2012). 「2012년 2분기 소비자 콘텐츠 구매실태 조사」 재구성

2012년 기준 통계청의 가계동향조사와 한국콘텐츠진흥원의 분기별 소비자 콘텐츠 구매실태 조사는 조사의 의미와 목적의 상이함으로 차이가 존재한다. 분기별 소비자 콘텐츠 구매실태 조사는 표본(1200명, 가구) 설계 시 인구통계학적 비율을 적용하고 있으나, 콘텐츠 소비지출 변화 조사에 목적을 둬으로써 조사 대상의 경우 7개 특별/광역시 및 경기도 인구밀집지역을 중심(통계청 전국 표본조사), 콘텐츠 주요 소비 계층(만 15세~만 49세 이하) 중심으로 조사대상 범위를 설정하고 있으며, 전체 소비구조 조사방식이 아닌 콘텐츠 소비구조 조사방식을 추구하고 있다.

더불어 11개 분야의 콘텐츠 구입비용 조사에는 대표적으로 모바일콘텐츠(통신비), e-learning(교육비), 캐릭터콘텐츠 관련 상품군(의류·신발, 가정용품 등) 등 오락·문화 소비지출 범위 외에 타 비목에 포함되는 추가적 콘텐츠 관련 소비지출들이 일부 포함됨으로써 높은 지출 수준을 보이고 있다.

두 조사는 이러한 이유로 절대값에 차이가 나고 있으나, 한편으로 1분기 대비 2분기의 오락·문화 소비지출, 콘텐츠 소비지출이 감소하는 계절적 요인이 공통적으로 나타나고 있다. 향후 오락·문화 소비지출과 콘텐츠 소비지출은 소셜 & 스마트 미디어 보급 확대, 이용 증가에 따라 콘텐츠 수요 증대로 이어져 소비구조 변화와 함께 지속적으로 증가할 것이라 전망된다.